



丽江漫舍酒店： 靠服务做精品民宿

■ 本报记者 朱虹

在国民消费水平不断提高的当下,人们出行时对于酒店的选择标准也不断提高。面对激烈竞争,国内酒店企业如何突出自身特色、创新发展,赢得客户的青睐,成为摆在每一个企业面前的问题。

丽江漫舍 Mann House 假日酒店创始人刘红梅接受《中国企业报》记者采访时表示,非标住宿(民宿)将会随着国家全域旅游的政策指引得到进一步的发展。随着消费者需求的不断提升,品质服务、个性化服务、订制服务将成为酒店未来发展的重点和核心竞争力。

“2017年,随着消费者需求的不断上

升,更多的年轻人成为酒店消费的主体。为了提升服务品质,提高酒店体验维度,酒店跨界引入了航天康养仪,开设了理疗健康的服务项目,在舒适的体验中,消除了旅途中的疲惫,舒缓了身心,此项服务不仅凸显了酒店的优势,还极大地促进了酒店在拓客、集客和留客方面的竞争力。”刘红梅表示。

漫舍酒店位于丽江束河古镇北、青龙河畔,现拥有39间房间。走进漫舍酒店葱郁繁茂的院落,仿佛踏进了国王的后花园。形态多样的多肉植物、纳西风格的翘角飞檐,细节之中又融合本土特色,为每一位游子带来神秘与温馨的体验。

谈起漫舍酒店的创业史,刘红梅坦言

也曾遇到过不小的困难。问题的根源在于地区文化差异,发达地区与欠发达地区管理理念的差异性,导致了在与员工的沟通中出现很多壁垒。

而刘红梅交出的答卷是彼此的尊重和充分的沟通。“细致入微的管理体系,温暖如家的人文关怀,让漫舍酒店成为服务口碑上佳的民宿精品酒店。”刘红梅表示。

口碑相传,为漫舍酒店带来了众多回头客和长期合作伙伴,包括国标品牌、本土企业家都与漫舍酒店有良好互动。服务这些企业为漫舍酒店建立自己的管理体系、服务团队等积累了丰富的经验,漫舍酒店也因此奠定了积极向上的发展基础。

酒店业： 变局与转型

(上接第二版)在这个互联网飞速发展的时代里,年轻人普遍都喜欢用各种APP去寻找高质量、低价格的好东西。因此,许多酒店纷纷与APP运营商合作,将自家酒店放到APP上,并提供酒店的相关信息和资料,供消费者选择。当需要订酒店的时候,我们可以通过地域搜索、星级搜索等方式去选择自己心仪的酒店,使用起来相当方便。由此看来,部分与电商平台、移动平台、团购平台等结合性质的酒店经营模式将成为一个未来发展的新型业态或方向。

服务质量有待提高

北京市卫生和计划生育监督所日前公布了2017年夏季对北京691家快捷酒店卫生情况的检查结果,显示46家不合格,七天、速8上“黑名单”。多家五星级酒店不换床品被约谈。

对此,酒店经营方除了加强自身的自律精神以外,对清洁人员进行培训,制定一系列的卫生制度、制定奖惩制度也是必要的措施,要对清洁人员的不执行、打马虎眼等行为进行处罚。

酒店想要吸引更多的客户,前提在于酒店能为消费者提供优质的服务,能满足消费者的各类需求。酒店市场的消费人群已经从70、80后过渡到80、90后人群,这部分人群通常习惯于消费经济而不是储蓄经济。传统酒店的经营方式已经满足不了消费者的需求了,人们对消费的要求越来越高,酒店的装修、卫生方面与硬件设施方面过不过硬,将成为消费者挑选酒店的首要要求。

前景和政策支持

据国家旅游局数据中心发布的数据显示,2016年全年,国内旅游人数达到44.4亿人次,比上年同期增长11%。其中,城镇居民31.95亿人次,增长14.03%;农村居民12.4亿人次,增长4.38%。国内旅游收入3.94万亿元,增长15.19%。其中城镇居民花费3.22万亿元,增长16.77%;农村居民花费0.71万亿元,增长8.56%。

“十二五”大力推动以服务产业为主的第三产业,它们的发展将进一步扩大商旅住宿需求。“十三五”规划中明确提出:以转型升级、提质增效为主题,以推动全域旅游发展为主线,加快推进供给侧结构性改革,努力建成全面小康型旅游大国。由此可见,旅游业已成为中国的支柱性产业,这对酒店业来说是一件好事。

在未来,酒店产业的机遇大于挑战。无论是经商、旅游、外出学习还是探亲等,都需要住酒店,再加上国家对旅游业的大力支持和对第三产业发展的扶持,将会产生更多商务旅游需求,国家对旅游业的看重,外出旅游的人将会越来越多,这就需要足够多的酒店满足需求。由此看来,酒店行业的发展仍有很大的空间。将挑战视为机遇的同时,酒店业也需要不停地改革和学习,优化服务体系,只有这样,才能使酒店处于久盛不衰之地。

星程酒店： 发力中端酒店市场

■ 赵铎 本报记者 何芳

随着国家政策的调整,大众旅游的发展以及中产阶级队伍不断壮大,中端酒店迎来了良好的发展机会。重新出发的星程酒店也找到了自己的新定位——打造“中国中端酒店的丝绸之路”。2012年,华住集团收购携程旗下的星程连锁酒店品牌开始涉足中端酒店领域,以差异化发展思路弥补行业中端市场的空白。截至目前,已有150多家中端加盟连锁酒店。

“中端酒店不像经济酒店那样千篇一律,服务缺乏设计感,也不像高端酒店那样会提供一些高端的服务,资金投入巨大。”星程

连锁酒店CEO朱燕军向《中国企业报》记者表示,相比于经济酒店和高端酒店,中端酒店会为客人“量身定制”,打造符合中端酒店客户基本需求的提供有限服务的酒店模式。

目前,国内中端酒店尚处于刚刚起步阶段,在朱燕军看来,这是一块很大的蛋糕,其发展态势将持续十到十五年,甚至二十年。

以西部地区为根据地,向中原挺进并辐射全国是星程酒店的战略规划。截至目前,沿着国内古丝绸之路,星程酒店已在西安到喀什路段布局了70余家中高端酒店。

“无论是在数量、规模还是经营数据上,我们品牌在西部市场的占有率已经跻

身行业前三甲,预计明年将增至100家规模。”朱燕军表示,西部地区是我国目前大力开发的地区,中端酒店发展空间大、机会多,与星程酒店的中端定位相吻合,同时以西部为发展核心也是增强自身竞争力的方式,这种布局战略要比一开始就以一二线城市为主更容易。

得中原者得天下。这是朱燕军的原话,也是星程酒店的在稳固西部市场后第二步棋。预计到2018年底,星程酒店将在以郑州为主的中原地区迅速布局50家酒店,然后每年以开100家新店的速度快速扩张,预计到2020年底完成在全国开设500家酒店的战略布局。

开元名都大酒店： 依托文化做靚品牌

■ 本报记者 钟文

得天独厚的地理优势、高质量的管理水平以及深厚的品牌文化,让杭州开元名都大酒店再次引发关注。

在2016年G20杭州峰会期间,开元名都大酒店作为杭州G20峰会全球境外媒体领证中心,以及境外媒体接待酒店和中央电视台接待酒店,接待了来自俄罗斯、美国、日本、韩国等十余个国家媒体人士共计1500余人。特别让开元名都员工引以为傲的是,9月5日当天,他们迎来了意大利总理马泰奥·伦齐。开元名都的出色接待和品质服务,不仅获得了国家政要、世界各国嘉宾的

肯定,更是得到了政府给予的认证嘉奖。

不仅如此,开元名都还凭借顶级的软硬件优势成为第56届国际金钥匙组织年会、世界粮农组织会议、世界手工艺大会等高端会议以及诺和诺德药业集团、联合利华、飞利浦等众多世界500强企业重大会议的举办地。

所有一切得益于开元名都开创的独特企业文化。由开元旅业集团创始人陈妙林独创的骑行文化已经成为“开元家族”的一道风景线。

据悉,旨在倡导“低碳出行,绿色环保”为理念的开元自行车骑行日活动开始于2011年,每年的9月1日举行,至今已连续

举行了7届。今年,共有54个城市100多家开元企业的4000多名员工和部分社会人士参加骑行活动。

品牌的建设离不开细致的关怀。2016年2月14日情人节,由开元名都大酒店举办的“点亮温暖,为84岁老人圆梦”情人节活动,围绕“人性品质真挚关爱”的开元品牌核心价值,让一对老人在67年钻石婚之际,实现圆婚纱梦的愿望,而这一事件也成为感动千万人心的社会热点新闻。此次活动,直接通过微信客户端推送直达6亿微信用户。巨大的宣传品牌效应被业内人士称为“以近乎零成本的投入,成为行业品牌传播史上的标志性事件”。

